

ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

Saulo Antonio da Silva Peres

Thaianá Di Domenico

Centro Universitário Leonardo da Vinci-UNIASSELVI

RESUMO

No mundo moderno, com um público consumidor cada vez mais exigente, não basta apenas auferir qualidade em seus produtos ou serviços para que uma empresa consiga credibilidade no mercado, é preciso oferecer outros itens, dentre eles a ética, hoje uma grande exigência de valores morais. O nosso tema é discutir a importância da ética dentro das organizações e sua contribuição para a reflexão das práticas administrativas atuais. A ética, como ciência dos costumes ou dos atos humanos, é uma questão de sobrevivência em organizações submetidas a pressões constantes. As empresas preocupadas com a ética convertem suas preocupações em práticas efetivas, competem com mais sucesso e obtêm não apenas a satisfação e motivação dos profissionais, mas resultados compensadores em seus negócios. A sobrevivência e a evolução das empresas estão ligadas cada vez mais à sua capacidade de adotar e aperfeiçoar condutas marcadas pela seriedade, humildade, justiça e preservação da integridade e dos direitos das pessoas.

Palavras-chave: Ética. Comportamento. Responsabilidade.

1 INTRODUÇÃO

Considerada como essência do sucesso para organizações modernas, a ética apresenta-se por meio das ações entre agentes empresariais: clientes, fornecedores, concorrentes e entre os próprios colaboradores da empresa. Significa agir de acordo com determinadas regras e preceitos. Mas é importante unir a teoria com a prática, visto que muitas empresas divulgam regras e códigos de ética, porém não os cumprem. As pessoas demonstram níveis mais elevados de satisfação ao sentirem que sua empresa trabalha com ética e comprometimento, lisura e integridade. É o chamado exemplo.

O maior desafio para as empresas

desfrutarem de um sucesso continuado é exercerem uma ética interna, que oriente as suas decisões e permeie as relações entre as pessoas que dela participam, e, ao mesmo tempo, um comportamento ético inequivocamente reconhecido pela comunidade.

2 ÉTICA

Ética é a ciência da moral, isto é, de uma esfera do comportamento humano. As duas palavras possuem origens distintas e significados idênticos. Moral vem do latim *mores*, que quer dizer costume, conduta, modo de agir, enquanto que ética vem do grego *ethos* e quer dizer a mesma coisa,

costume e modo de agir. Entretanto, moral não é uma ciência, mas sim objeto dela, e é objeto de investigações e estudos. A ética não pode ser reduzida a um conjunto de normas e prescrições, seu objetivo é explicar a moral.

A ética está comprometida com valores como respeito, confiabilidade e segurança, fatores que constroem ou destroem a imagem das organizações. Segundo Silva (2010), “a ética é o estudo de juízos de apreciação referentes à conduta humana suscetível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, relativamente a determinada sociedade, ou modo absoluto”. Ela guia o indivíduo no ambiente corporativo, nas tomadas de decisões, levando-se em conta o ponto de vista predominante na sociedade num determinado espaço de tempo.

As práticas empresariais éticas se originam em culturas corporativas éticas. Para estimular este comportamento é essencial desenvolver, internamente, uma cultura corporativa que permita ligar as práticas com os padrões éticos, através da compreensão da filosofia da ética.

Essa cultura organizacional eleva o clima de confiança e respeito entre os integrantes da empresa, reduz custos e aumenta a produtividade, tudo isso aliado ao crescente nível de satisfação geral advindo do clima ético reinante no ambiente de trabalho.

3 A VALORIZAÇÃO DA ÉTICA NA ADMINISTRAÇÃO

A ética na administração tem sido discutida em razão da reflexão sobre as situações relacionadas com os negócios da empresa. Começando com a contratação de um parente incompetente ou discriminar um colega por razões raciais, de aparência ou grau de escolaridade são comportamentos que podem ser assemelhados ao uso de propaganda enganosa, à poluição ambiental, à espionagem industrial ou ao suborno para levar uma vantagem numa negociação. A forma como a empresa vende seus produtos

e serviços, relaciona-se com o governo ou enfrenta a concorrência define a conduta da organização.

Segundo Srour (2000, p. 16), “o grande desafio consiste em saber como coibir atos que só beneficiam interesses restritos, para não dizer egoístas”.

O pensar ético tem duas questões fundamentais: o que é o bem e o que é o mal? O que são coisas aceitáveis ou não? A partir disso, precisamos entender que a reflexão vem sempre de um saber espontâneo, e todos devemos saber que há ações praticáveis e outras não. E é isto que a ética traz, ela estabelece padrões sobre o que é bom ou mau na conduta humana e na tomada de decisões, tanto no plano pessoal quanto no organizacional.

Andrade, Alyrio e Macedo (2004, p. 19) fazem uma importante reflexão sobre dois componentes que afetam a forma de agir das pessoas: o domínio da legislação, que contém os princípios éticos estabelecidos por lei, e “o domínio da livre escolha, ou seja, a condição social de todo ser livre, de fazer suas escolhas e de agir de maneira que melhor lhe convier, em cada situação de sua vida pessoal e profissional”.

A política pela ética tem boas perspectivas para florescer quando o poder de mercado das empresas está distribuído, quando existem efetiva competição e possibilidades de escolha reais por parte dos clientes e usuários finais. Ainda assim, não é em todas as empresas modernas, somente ocorre quando estes se manifestam ou fazem escândalo.

Há uma crescente demanda por valores como transparência e probidade, tanto na área pública como no fornecimento de produtos e serviços ao mercado. Seria interessante que as empresas passassem a praticar um código de conduta em sintonia com estas expectativas, aliado a um mecanismo de controle, no sentido de evitar possíveis transgressões às orientações

adotadas. A eficácia desse processo, segundo Moreira (2002), depende de alguns passos fundamentais, começando pela criação de um código de ética com a participação de todos os níveis da organização. A segunda etapa é a de treinamento para aceitação dos valores do código e, neste caso, para que funcione efetivamente deve ser transmitido pelo chefe direto ao funcionário. O compromisso com o código de ética como um todo deve valer para todos: chefes, gerentes, diretores, que serão avaliados como qualquer funcionário.

Uma forma de garantir o funcionamento de um programa de ética na organização é a implementação de um canal de comunicação interno na empresa, com a formação de comissões de ética, que são grupos de executivos que têm como função fiscalizar a ética empresarial, por meio de regras estabelecidas envolvendo alguns quesitos considerados questionáveis, além de aspectos que envolvem a violação da disciplina.

Para se chegar à prática da ética mencionada é preciso combater o oportunismo, a esperteza, os “jeitinhos”, a sonegação de impostos, o uso e abuso de propinas, ações estas que resultam em “passar os outros para trás”.

Este novo programa, em que se apresentam a qualificação, o esforço pessoal e a chamada meritocracia, ganha relevo nas práticas organizacionais. Segundo Srour (2000, p. 294), uma declaração feita pelo ex-presidente do Banco Mundial, sr. Jim Wolfensohn, resume a importância de sua aplicação: “A administração ética nas empresas traz um valioso progresso social. Ambos andam de mãos dadas. Assim como nos governos, a administração de empresas deve ser transparente e responsável”. Torna-se necessário conciliar a ética com a busca da maximização dos lucros. Sobre o Brasil, Srour (2000, p. 381) registra uma mensagem de Herbert de Souza (Betinho): “O Brasil tem fome de ética e passa fome em consequência da falta de ética na política”. Outra vez vemos a necessidade de sistematizar os esforços na direção da ética, sendo ela inserida em todos

os setores relacionados com a empresa, pois dessa forma resultará no desenvolvimento das relações empresariais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A palavra-chave da reflexão da ética é responsabilidade, com nossos atos e com a consequência deles. Em todas as grandes decisões que tomamos está em jogo uma escolha em relação à identidade humana de cada um. A reflexão da ética passa a ser um desafio constante, no esforço de construir vínculos verdadeiros e diários.

Para praticar a ética dentro das organizações é imprescindível avaliar as teorias administrativas e questioná-las, para aprimorar o próprio senso de observação, reavaliando as premissas na busca de ações fundamentadas na ética e cidadania para o sucesso das empresas.

Bons resultados profissionais e empresariais resultam de decisões morais ou éticas, e padrões éticos significam bons negócios a longo prazo.

REFERÊNCIAS

ABRH-RJ. **Prática ética das organizações**. Disponível em: <<http://www.abrhrj.org.br/typo/index.php?id=184>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

ANDRADE, R.; ALYRIO, R.; MACEDO, M. **Princípios de Negociação**: Ferramentas de Gestão. São Paulo: Atlas, 2004.

JÚNIOR, Walter José da Silva. **Ética nas organizações**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/etica-nas-organizacoes/30580/>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

MOREIRA, J. M. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SILVA, Fernanda Cintra Laureano. **Ética:** Conduta Ideal e Conduta Real. 2010. Disponível em: <<http://www.lfg.com.br>>. Acesso em: 22 abr. 2013.

SROUR, Robert Henry. **Ética empresarial.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TERRA, Luciamara. **Ética nas empresas.** Disponível em: <<http://www.artigonal.com/administracao-artigos/etica-nas-empresas-596745.html>>. Acesso em: 20 jun. 2012.